

УДК 339.138

## **ИНТЕРНЕТ-РЕСУРС КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ФИРМЫ НА РЫНКЕ**

**Воронцова М. Д.,  
научный руководитель ст. преподаватель Веремеенко О. С.  
*Торгово-экономический институт СФУ***

В условиях современной жизни процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий становятся все более динамичны, а их возможности для общества и экономики только начинают использоваться масштабно.

С каждым годом Глобальная паутина находит все больше поклонников среди россиян. Подтверждением тому служат исследования аналитической компании TNS1, в которых указано, что на февраль 2013 года, не менее одного раза в месяц в Интернет выходит 76,5 млн. россиян, что составляет 53% от всего населения страны. Также следует заметить тот факт, что удельный вес интернет-аудитории во всех федеральных округах России аналогично превышает 50% от численности населения.

В 2012 году Россия вышла на первое место в Европе и на шестое – в мире по количеству пользователей интернета. При этом эксперты компании TNS отмечают, что потенциал для роста данного показателя сохраняется, так как ещё порядка 50 миллионов жителей России – «не в Сети».

Около 94% пользователей из крупных городов РФ имеют возможность выходить в Сеть из дома. В 2012 году аудитория интернета по-прежнему росла в основном за счет регионов.

Приведенная статистика свидетельствует о высокой привлекательности интернет-ресурса как инструмента продвижения продуктов и услуг фирмы, и основным критерием данной оценки, служит широта аудитории потребительского сегмента.

Сегодня Интернет можно использовать как качественно новый и действенный инструмент маркетинга, отличающийся своими особыми достоинствами, к которым относят сокращение затрат на рекламу и продажи, быстрота воздействия информации о товаре или услуге на потребителя, широкий охват потребительской аудитории и ещё многое другое. Там где традиционные и распространенные методы коммуникации теряют свою эффективность необходимо и целесообразно прибегнуть к помощи интернет-ресурса. Фирма, владеющая данным ресурсом и активно применяющая его, становится более конкурентоспособна и успешна в достижении своих главных целей.

Сайт компании в интернете можно охарактеризовать как доступный рекламный инструмент, позволяющий выходить на новые рынки при минимальных затратах, выступающий также как средство обращения к аудитории в разных городах.

Сеть значительно сокращает материальные, временные и трудовые затраты при маркетинговых исследованиях, предоставляя фирме обратную связь с клиентами, которая несет в себе актуальную информацию о них.

Несложно заметить, что интернет-маркетинг превратился в сравнительно новую и быстро развивающуюся форму продвижения товаров и услуг фирмы на рынок.

Достоинства интернет маркетинга представлены на рисунке 1



Рисунок 1 – Основные достоинства Интернет маркетинга

Эксперты отмечают, что эффективность рекламы в интернете в несколько раз превышает эффективность рекламы на транспорте, в СМИ, стендовой рекламы и т.п.

Преимущества Интернет-рекламы представлены на рис. 2.

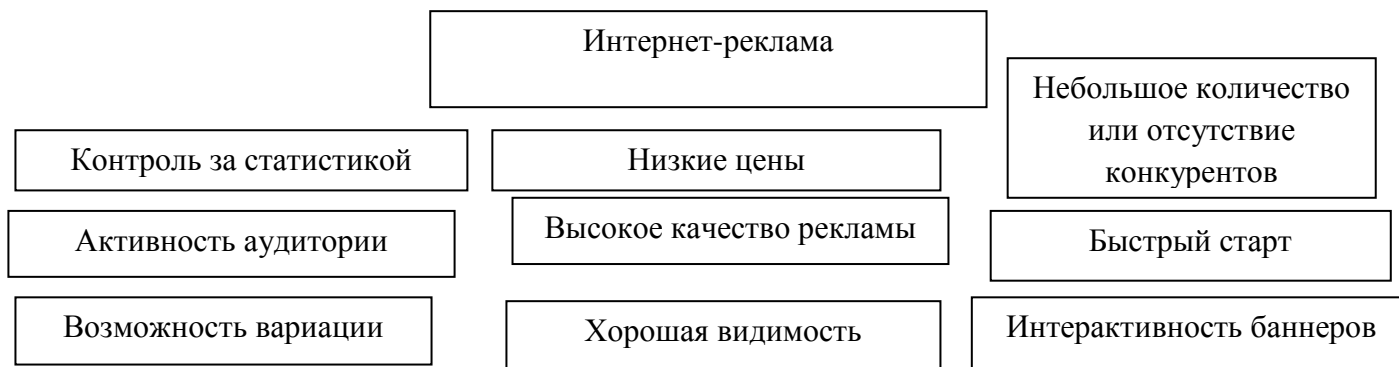


Рисунок 2 – Основные преимущества рекламы в интернете

Систематизация и наличие последовательности – вот что отличает поиск и выбор оптимального по цене и качеству предложения В Сети индивидуального для каждого потребителя. Фирма, предлагающая товар (услугу), в свою очередь, получает дополнительные возможности для распространения информации о своем предложении и изучения потребительских предпочтений.

Что касается использования Интернета для продвижения предприятий на рынке Красноярского края, то здесь можно отметить растущую активность.

Все больше и больше компаний разрабатывают собственные сайты, интернет-магазины, дают рекламу в сети, делают различные рассылки для своих клиентов, что не может не влиять благотворно на развитие и продвижение таких фирм.

Так, например, проектно-дизайнерская группа Sintonika успешно занималась продвижением Бюро путешествий «Green Travel Tour».

Для «Green travel tour» была проведена рекламная кампания, в рамках которой были реализованы следующие работы:

- Разработка и продвижение веб-сайта;
- Фирменное оформление группы "в контакте";
- Идея и дизайн материалов для наружной рекламы;
- Идея и дизайн макета для печатного издания;
- PR-публикация в деловом издании.

Результат проделанных мероприятий не заставил себя долго ждать: рост известности и популярности фирмы, обеспеченный таргетированной и контекстной рекламой в интернете, привел к увеличению потребительского сегмента компании, увеличению продаж и прибыли. Так же количество посетителей нового сайта возросло в пять раз, что положительно повлияло на рост потребительской аудитории.

Компания «Акваком», занимающаяся строительством бассейнов, с помощью сайта разработанного INFINITY PROMO обеспечила себя 2000 потенциальных клиентов «из сети» в месяц, а фирма «Савой» (продажа светотехники) – 1000.

Разработка эффективного сайта для туристического агентства «Атлантис» способствовала увеличению числа звонков и заданных через сайт вопросов, а вместе с тем – и числа клиентов.

Приток клиентов сети салонов красоты «Mod's Hair» с сайта составляет около 10% от общего объема потребителей услуг данной фирмы.

По мнению Одинец Ирины Леонардовны Зам. директора по продажам строительной компании «Арбан», сайты компаний являются «продающим товар» инструментом, таким образом они выполняют самую основную возложенную на них маркетинговую функцию. Данный ресурс уникален и имеет сложную структуру. Эффектом от его использования является то, что здесь потенциальные покупатели получают максимально полезную информацию о проектах, услугах и предложениях.

Интернет-ресурс также можно рассматривать, как качественно новый канал сбыта продукции, позволяющий значительно сократить издержки на содержание торговых площадей и торгового персонала.

Интернет-магазин шин и дисков Koleso124.ru позволяет клиентам компании «Шины & Диски» легко и быстро подать заявку на покупку интересующего товара, что привлекает новый сегмент потребителей, которые не готовы тратить много времени на покупки в обычном магазине, а ежедневное обновление остатков позволяет клиенту видеть актуальные цены и наличие товара на складе. Ведение работ по продвижению сайта в запросах естественной выдачи поисковиков, а также контекстная реклама позволяют заказчику ежедневно получать выходящих на контакт целевых потребителей.

Представленные данные свидетельствуют о растущей популярности и эффективности использования Интернет-ресурса в маркетинговых коммуникациях фирм на рынке Красноярского края. Что в свою очередь дает «пищу» для размышлений компаниям, ещё не использующим или использующим не в полной мере данный инструмент. В условиях тотальной глобализации и коммерциализации предприниматель просто не имеет права пренебрегать возможностями интернет-маркетинга, иначе он просто рискует не справиться с растущей конкуренцией и кануть в безызвестность.

Список используемой литературы

1. Алексеев А.А. «Внешние» факторы маркетинга в сети М.: // Мир Интернет (www.IWORLD.ru/ intstock/html)
2. Бокарев, Т.А. Способы продвижения компании в сети Интернет // Маркетинг и маркетинговые исследования, – 2009. – №4.
3. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы. – Москва, 2010
4. Васильев Д. Суровая действительность электронной коммерции в России // Мир Internet. 2011. №12 (51)
5. <http://www.alente.ru/>